



# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА ВИДЕОФОРМАТА

**Наружная реклама идет в ногу со временем — она становится более динамичной, оригинальной и технологичной. Несколько лет назад российские рекламодатели начали осваивать такой рекламный носитель, как видеозэкран. На улицах российских городов появляется все больше огромных светящихся табло, на которых демонстрируются рекламные ролики, объявления, спортивные соревнования и прогноз погоды. Пока их количество не так велико, как, скажем, в США, странах Западной Европы, Китае или других азиатских развивающихся странах. Тем не менее российские эксперты рекламного рынка оптимистично оценивают перспективы видеозэкранов как носителя рекламы, позволяющего ее оживить и сделать более разнообразной и привлекательной.**

## Преимущества и особенности

Основным преимуществом такого рекламного носителя, как видеозэкраны, безусловно, является возможность передачи динамического изображения: слайд-шоу или полноценного «живого» видео, прямой видеотрансляции. Согласно исследованиям американской компании Capital Communications Group, эффективность динамичной рекламы в пять раз выше статичной.

Реклама на видеозэкранах наиболее эффективна, когда она сочетает в себе яркую статичность наружной рекламы и динамичность видеоролика. Главное — это равное соотношение статичности и динамичности, чтобы за короткое время контакта реципиент мог понять, о чем идет речь, запомнить ролик или даже заинтересоваться им.

В отличие от продвижения на радио и телевидении, реклама на видеозэкране не воспринимается как нагрузка к чему-то интересному — она сама достаточно интересна. Кроме того, по стоимости она сопоставима с традиционными средствами наружной рекламы и дешевле, чем размещение на ТВ и радио.

Видеозэкран можно оформить в любом стиле и в любом цвете, например, в фирменных цветах компании, которая на нем рекламируется. Кроме всего прочего, экраны могут быть любого размера и любой формы (при этом качество передаваемого изображения не ухудшается). Все это создает возможности для реализации самых смелых и творческих идей рекламщиков.

Видеозэкраны также используются как источник полезной информации, что привлекает к ним дополнительное внимание аудитории. Кроме рекламы на них размещают текущие котировки акций, курсы валют, прогноз погоды, различного рода новости и другое. Видеозэкраны приносят пользу и дорожно-патрульным службам: они могут разгрузить дороги, заранее предупредив водителей о пробке на пути. Кроме того, в них могут быть встроены видеокамеры для фиксации различных правонарушений и т.п.



## Недостатки

Стоит ли считать отсутствие звука у многих видеозэкранов недостатком? Если речь идет о рекламе, то определенно нет. Ведь наружная реклама совсем не предусматривает звук, который, по большому счету, даже не нужен: сидя в машине, водитель вряд ли будет слушать какую-то внешнюю информацию. Хотя во время трансляции второй церемонии вручения кинонаград MTV на одном из видеозэкранов столицы звук был бы не лишним.

Но наибольшая сложность с видеозэкранами — в определении эффективности транслируемой на них рекламы. Дело в том, что на одном видеозэкране демонстрируются один за другим сразу несколько рекламных роликов, прерываясь на прогнозы погоды и прочую справочную информацию. Несмотря на встроенные видеокамеры, фиксирующие реакцию аудитории, сложно определить, с каким из роликов у зрителей было наибольшее взаимодействие и какие вызвали интерес, а какие — нет.

## Разновидности видеозэкранов

Наибольшее распространение в России сегодня получили светодиодные видеозэкраны, изображение на которых отличается яркостью и высокой разрешающей способностью. Экраны нового поколения оборудованы сверхъяркими светодиодами и имеют модульную конструкцию. Они долговечны и работают в любое время суток и при любой погоде. Большими плюсами этих экранов являются простота обслуживания и возможность быстрой замены модулей. Видеозэкраны часто объединяют в единую сеть, ими можно управлять из одного центра. Это позволяет при необходимости быстро заменить ролик на новый сразу на всех экранах, даже если они расположены в разных частях страны.

Ламповые панно использовались повсюду под наружную рекламу до появления в конце 80-х годов светодиодных экранов. Однако относительно недавно после некоторой доработки появились новейшие ламповые панно. Преобразовавшиеся панно по своей надежности и долговечности сопоставимы со светодиодными экранами и, кроме того, обладают низкой себестоимостью.

Еще одна разновидность — газоразрядные панно — они сильно уступают своим конкурентам. Опыт работы показывает, что у газоразрядных панно управляющие платы и блоки зажигания очень часто перегорают, причем обычно из-за отсутствия системы стабилизации электропитания. К тому же один газоразрядный баллон выдерживает не более 2000 часов непрерывной работы, что на порядок меньше ресурса лампы.

## Где устанавливают видеозэкраны?

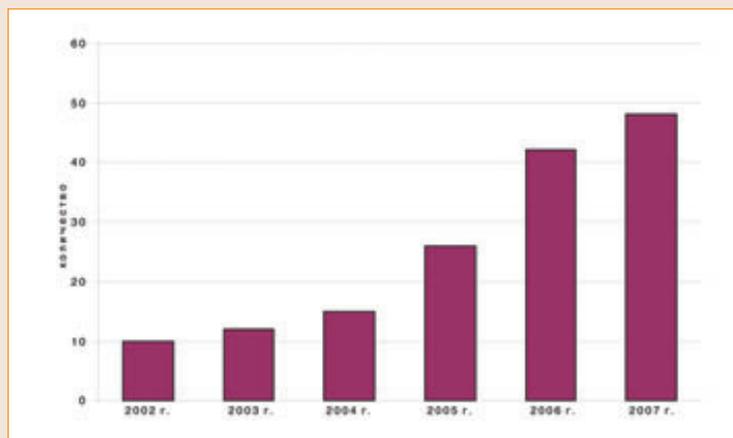
Грамотный выбор места расположения экранов увеличивает время эффективного контакта аудитории с демонстрируемыми рекламными материалами. Немалую часть людей, контактирующих с данным рекламным носителем, составляют водители и их пассажиры, особенно в местах, где движение постоянно затруднено. Именно на эту аудиторию в основном и ориентируются операторы видеозэкранов, несмотря на то, что с данным носителем в немалой степени контактируют и пешеходы.

Чтобы видеозэкраны обеспечивали максимальный охват аудитории по каждому носителю, они должны находиться в наиболее оживленных районах города и на улицах, где часто наблюдаются транспортные заторы и водители скучают в своих автомобилях по 10-15 минут. Потерянное в ожидании время сопровождается красочными динамичными образами, обеспечивая тем самым позитивное восприятие рекламы.

## Рекомендации по изготовлению роликов

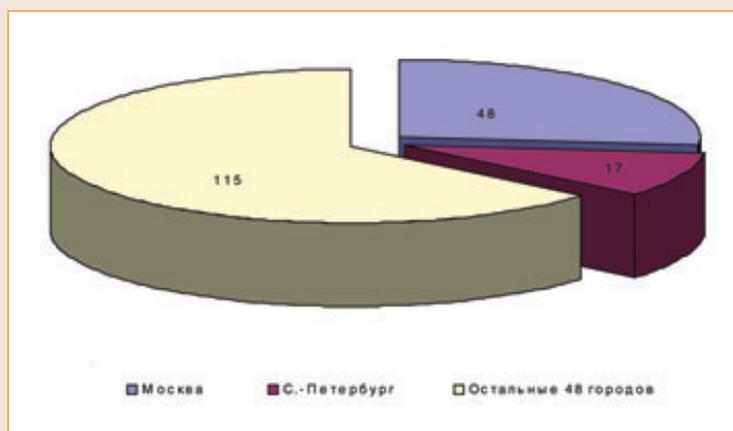
Успех рекламной кампании с использованием наружных видеозэкранов определяется не только их качеством, размерами и правильным выбором аудитории, но и учетом особенностей носителя при подготовке рекламных материалов. Основываясь на многолетнем опыте подготовки рекламных материалов — в данном случае видеороликов, — можно дать ряд рекомендаций по изготовлению видеороликов для наружных видеозэкранов. Возможность транслировать яркое, контрастное и динамичное изображение является основным преимуществом видеозэкранов перед другими средствами наружной рекламы. Следовательно, для экранов оптимальными являются ролики с динамичным и ярким изображением. Следует избегать темных, бледных, неконтрастных, статичных кадров. Нужно

Динамика роста цифровых носителей наружной рекламы в Москве\*



\* данные приведены по состоянию на январь каждого года

Количество цифровых носителей наружной рекламы в 50 крупнейших городах России\*\*



\*\* данные приведены по состоянию на январь 2007 года

Источник: ежемесячный мониторинг «ЭСРА-Аналитик»

принимать во внимание, что видеоизображение транслируется без звука. Большие размеры экранов и правильный выбор мест их расположения позволяют видеть рекламные материалы с расстояния до 800 м, следовательно, изображение должно быть достаточно крупным.

Многие компании, которые проводят рекламную кампанию своей продукции с использованием различных носителей рекламы, адаптируют под трансляцию на видеозэкранах уже существующие телевизионные видеоролики. Показ узнаваемого сюжета (того же, что в ролике, который параллельно демонстрируется на ТВ) позволяет обеспечить целостность кампании и усиливает воздействие на аудиторию. В этих случаях, во-первых, сокращается хронометраж: в среднем экранные ролики имеют хронометраж 10-15 секунд. За счет этого ролик может стать менее содержательным, но это вполне приемлемо, когда речь идет о такой рекламе.

Во-вторых, не всегда трансляция видеоряда без звука имеет смысл и эффективно доносит рекламное сообщение до потребителя. Для сохранения основной идеи телевизионных роликов при демонстрации на наружных видеозэкранах делается набивка текста и его наложение на видеоряд.

При использовании текста в экранной версии ролика необходимо стремиться к его краткости и лаконичности,





собственно, как и в традиционной наружной рекламе. Целесообразно использовать текст при передаче основного слогана кампании, телефона горячей линии, адреса веб-сайта. Текста должно быть немного, чтобы ролик можно было адекватно воспринимать. Также рекомендуется отводить больше времени на кадры с контактной информацией: телефон, адрес сайта и т.д.

Кроме того, рекомендуется использовать крупные планы изображения и шрифт. Наружные видеозащиты, как правило, устанавливаются с расчетом на охват широких открытых пространств и большую дальность прямой видимости. Это обеспечивает максимальный размер потенциальной аудитории, который и интересует рекламодателя в первую очередь.

### Клиенты

Данный вид рекламного носителя идеально подходит для производителей автомобилей, автосалонов, автомастерских, топливных компаний, торговых и развлекательных центров. Не только из-за того, что такие крупные предприятия могут позволить себе этот весьма недешевый вид рекламы, но и потому что водителя в первую очередь могут интересовать именно такие товары и услуги.

Кроме того, на видеозащитах можно эффективно разместить трейлеры кинопремьер, анонсы различных мероприятий, проходящих в районе, где установлен экран. Телеканалы могут размещать там анонсы передач, одновременно поднимая свой рейтинг.

Небольшим компаниям не стоит пытаться провести глобальную рекламную кампанию с размещением на видеозащитах, так как стоимость их аренды достаточно велика (цена за 1 день аренды может превышать \$10000). Но для крупных сетевых магазинов, которые хотят привлечь покупателей, оптимальным вариантом будет провести локальную кампанию с размещением на экране, расположенном в непосредственной близости от каждого магази-

на. Как отмечает генеральный директор рекламного агентства «Министар» Дмитрий Сидоров, повторение роликов на городских экранах позволяет усилить эффект телевизионной рекламы и более комплексно охватить целевые аудитории, особенно если речь идет о товарах премиум класса.

И все же многие компании пока предпочитают традиционную наружную рекламу, и не только из-за большой разницы в цене, но и потому что они больше доверяют проверенным носителям. Одновременно с этим агентства часто рекомендуют размещение промо-материалов на видеозащитах в рамках масштабных телевизионных рекламных кампаний.

### Перспективы

Большие экраны стали популярны во всем мире благодаря своим уникальным возможностям. Они открывают новый вид наружной рекламы — «наружное телевидение» — и могут быть как крышными и передвижными, так и отдельно стоящими системами. Сегодня уже сложно представить, чтобы на центральной улице мегаполиса не было установлено ни одного видеозащиты. В нашей стране эти рекламные носители пока не так часто встречаются, как во многих крупных городах мира, но число их стремительно растет, поскольку многие российские компании проявляют к ним интерес. Тем более что себестоимость их падает, появляются новые модели, растет конкуренция, что влечет за собой и понижение цен на размещение. Как прогнозируют ведущие организации по производству и установке видео-экранов, к 2010 году число этих сооружений может увеличиться в десять и более раз.

*Борис Сорокин,  
менеджер по спецпроектам  
рекламного агентства «Министар»*